

TINJAUAN "TREND FORECASTING" PADA INDUSTRI DESAIN INTERIOR INDONESIA

Tunjung Atmadi

Program Studi Desain Interior, Fakultas Desain dan Seni Kreatif, Universitas Mercu Buana

E-Mail: tunjung.atmadi@mercubuana.ac.id

Abstrak: Trend Forecasting dengan tema "Singularity" terdapat empat subtema yaitu Exuberant, Neo Medieval, Svarga, dan Cortex. Tema Singularity terkait perubahan zaman, yakni gambaran suatu keadaan yang mengindikasikan beragam. Hal ini bertujuan untuk memunculkan desain yang baru yang laku dalam rangka memenuhi selera pasar, pergeseran teknologi dan sikap-sikap yang menyertainya, dan gambaran masa depan yang masih diraba. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu forecasting. Sebuah metode untuk memprediksi trend atau memproyeksikan trend untuk beberapa waktu kedepan. Hasil dari penelitian ini menjadi bagian yang sangat penting dari perkembangan industri interior Indonesia. Dan diharapkan bisa menjadi rujukan bagi pelaku industri, desainer, maupun akademisi bidang desain interior untuk mendapatkan referensi dan inspirasi Indonesia.

Kata kunci: trend; forecasting; desain; interior; kearifan; lokal

Abstract: Trend Forecasting with the theme "Singularity" There are four subthemes namely Exuberant, Neo Medieval, Svarga, and Cortex. The Singularity theme relates to the age change, the description of a state that indicates diverse. It aims to bring out a new design that sells in order to meet market tastes. Technological shifts and accompanying attitudes, and a sense of future that is still being felt. The method used in this research is forecasting. A method to predict a trend or project a trend for some time ahead. The results of this research became a very important part of the development of Indonesia's interior industry. And hopefully can be a reference for industry actors, designers, and academics in the interior design field to get the reference and inspiration of Indonesia.

Keywords: trend; forecasting; design; interior; wisdom; local

PENDAHULUAN

Badan Ekonomi Kreatif melalui Deputi Riset, Edukasi, dan Pengembangan meluncurkan Trend Forecast 2019/2020 dengan tema "Singularity" yang diturunkan menjadi empat subtema yaitu Exuberant, Neo Medieval, Svarga, dan Cortex. Tema Singularity terkait perubahan zaman, yakni gambaran suatu keadaan yang mengindikasikan beragam pergeseran teknologi dan sikap-sikap yang menyertainya, dan gambaran masa depan yang masih diraba. Dalam konsep Singularity, terdapat unsur pertanyaan,

kekhawatiran, optimisme, serta harapan akan apa yang terjadi di masa depan. Desainer memang dituntut untuk menghasilkan suatu inovasi (kebaruan) sesuai dengan perkembangan zaman dalam setiap karya desain yang diciptakannya. Namun hal tersebut menimbulkan pertanyaan apakah kebaruan-kebaruan tersebut diatas cukup menjadikan sebuah objek desain diminati oleh calon konsumennya? Jawaban Sepintas Memang Iya. Tetapi, mengingat semakin ketatnya kompetisi tidak menutup kemungkinan pesaing-pesaing akan berbuat hal yang sama sehingga konsumen mempunyai lebih banyak pilihan dalam

menentukan produk yang akan dibelinya. Untuk mengembangkan usaha salah satu faktor yang penting untuk dilakukan adalah trend forecasting /proyeksi trend. Dalam memprediksi trend, menurut alm Irvan A. Noe'man bahwa sebaiknya Memproyeksikan trend maksimal 18 bulan kedepan, setelah itu desainer bisa meninjau ulang produk yang dibuat apakah masih mengikuti trend atau tidak dan apakah saatnya untuk dikembangkan lebih lanjut.

Belajar trend bukan bermaksud semata-mata hanya untuk mengikuti trend tetapi adalah untuk mencari potensi trend apa yang bisa dikembangkan dan untuk menjadikan orang trendsetter. Hal itu dilakukan dengan cara menganalisa apa yang berubah, mengapa berubah dan mengarah kemana perubahan tersebut? Dalam trend forecasting, trend yang akan dibuat perlu di-decode atau dikombinasikan dengan unsur lokal untuk menghasilkan suatu karya yang kreatif namun tetap menyesuaikan dengan budaya Indonesia. Dalam merealisasikan trend *forecasting* kekuatan kreatif dan desain 3C yaitu: *connecting*, *collaboration* dan *commerce*. Seperti yang dikatakan oleh Roland Barthes bahwa masyarakat selalu mengalami *neomania* (kegilaan pada hal-hal baru). Trend forecasting sangat perlu untuk dipelajari oleh para desainer dikarenakan adanya perubahan pola pikir masyarakat terutama masyarakat di kota-kota besar. Masyarakat selalu haus akan trend terbaru yang berakibat pada perubahan selera konsumen dari waktu ke waktu. Oleh karena itu seperti yang dikemukakan Donald Norman, kemampuan desainer sebagai periset sangat diperlukan sehingga desainer dapat melakukan pengetesan idenya seberapa valid dan *legitimate* (diterima secara universal sebelum memanfaatkannya). Selain itu, dengan melakukan kegiatan riset yang benar, desainer dapat menghasilkan sebuah konsep baru yang inovatif, bernilai jual dan kompetitif. Maka, seorang desainer harus terdidik dan terlatih dengan diberi bekal pendidikan sains, metodologi ilmiah dan desain eksperimental.

Keberadaan produk di tengah-tengah orang banyak (masyarakat) adalah pemicu terjadinya persaingan

dalam hal kualitas, kinerja, material, teknologi, harga, merek dan bentuk. Atribut-atribut tersebut yang membedakan sebuah barang satu dengan barang yang lainnya. Dengan memahami atribut, desain akan memegang peran penting dan menjadi "tanda" keunggulan produk. Jadi dapat disimpulkan bahwa lahan garap desain sangat luas, beragam dan tiada habis. Apalagi saat ini kita sudah melewati era globalisasi. Globalisasi dalam arti lintas kompetensi bermakna: desain bukan milik masyarakat desa saja, tetapi milik semua orang yaitu bidang ilmu lain. Persaingan di masa mendatang lebih berfokus pada siapa yang paling bisa menggarap (kompeten) dan bukan lagi siapa (bidang ilmu apa) yang paling bisa menggarap. Sehingga dapat disimpulkan bahwa desain yang sukses adalah desain yang berhasil di pasar, artinya paradigma desain tidak sekedar "*product oriented*" tetapi menuju pada "*market oriented*" atau dapat pula disebut "*consumer oriented*". Syarat agar *market oriented* dipenuhi adalah seorang desainer tidak hanya mempunyai kemampuan praktik tetapi harus memiliki pengetahuan sains/riset dan teknologi. Dengan latar belakang tersebut, maka penulis melakukan penelitian tentang Tinjauan trend forecasting 2019-2020 pada Industri Desain Interior Indonesia. Industri Desain Interior Indonesia harus dapat memberikan desain yang baik, sesuai dengan trend untuk masyarakat. Desain harus mengikuti perkembangan *trend* yang baru dan menarik untuk desain interiornya.

Ada beberapa topik dalam peramalan sebagai berikut:

- a) Mengidentifikasi trend dalam desain interior, bagaimana desain ditetapkan dan apa signifikannya?
- b) Jenis trend apa yang penting untuk desain interior, bagaimana faktor untuk trend tersebut, dari bahan dan proses pembuatan serta kearifan lokal apa yang mempengaruhinya?
- c) Bagaimana cara memastikan bahwa kita mengetahui trend dalam desain interior, apa yang dapat dilakukan dengan trend tersebut dan bagaimana *trend* tersebut berguna untuk desain interior?

- d) Trend kedepan apa yang menjadi topik, dimana dan siapa yang membuat trend tersebut?

KAJIAN TEORITIS

Sebagai panduan Trend *forecasting* 2019-2020 terdiri dari:

- **Exuberant** atau *Keceriaan Optimism* dikaitkan dengan sikap positif dan antusiasme dalam memandang kecerdasan buatan (AI) sekaligus perasaan santai. Tema itu menunjukkan keceriaan dan optimisme lewat permainan warna yang colorful dengan unsur seni urban atau futuristik dan perpaduan gaya sporty yang santai dengan gaya formal yang cenderung feminin. Karakter Dasar dari tema ini adalah santai, ramah, sedikit *nerdy*, namun tetap *stylish*, dan lucu.

- **Neo Medieval** atau *Romantisme Abad Pertengahan*, mengusung unsur romantisme abad pertengahan yang mencerminkan sikap khawatir akan kemungkinan di masa depan yang memicu timbulnya "benteng pertahanan". Pandangan ini membangkitkan romantisme dalam sejarah, ketika tema abad pertengahan menyatu dengan kemajuan teknologi. Tema-tema di abad pertengahan tetap mempesona dunia modern dan teknologi tinggi karena narasi romantis sejarah untuk menjelaskan pandangan yang membingungkan. Walau bernafas abad pertengahan, namun tema ini juga sangat futuristik.

- **Svarga** atau *Keindahan Spiritual*, melihatsikemಾನುಷಾನ್ dari kecerdasan buatan, yaitu jembatan dari berbagai perbedaan tampilan untuk menjadi satu harmoni. Keterbukaan itu menciptakan multikulturalisme. Konsep Desain dalam tema tersebut memperlihatkan tabrak corak yang tetap memperhatikan keseimbangan antara satu dan yang lain. Desain dari tema ini memperlihatkan berbagai produk berbasis kriya bernilai tinggi, menggarisbawahi warisan tradisi yang tak ternilai harganya dan kearifan lokal pelaku kriya tradisional.

- **Cortex** atau *Paradoks kecerdasan Artifisial*, merupakan paradoks kecerdasan buatan di era evolusi digital, ketika digitalisasi membaaur dengan seluruh aspek kehidupan manusia.

Kecerdasan buatan dipandang dapat membantu manusia dalam proses riset desain yang berujung pada inovasi. Tema ini mewakili sistem dasar yang mendisrupsi kehidupan dalam Singularity. Dalam proses pengembangan desain, tema ini tidak hanya berfungsi sebagai alat pembantu desainer, namun juga bisa menjadi desainer itu sendiri.

METODE

Metode yang digunakan yaitu trend *forecasting* atau peramalan sebuah metode untuk memprediksi trend atau memproyeksikan trend untuk beberapa waktu kedepan. Hal ini bertujuan untuk memunculkan desain yang baru yang laku dalam rangka memenuhi selera pasar. Trend mempengaruhi banyak golongan dan berlomba-lomba untuk mengikuti trend. Trend sangat berkaitan dengan penciptaan gaya hidup. Gaya hidup atau *lifestyle* diartikan sebagai pola penggunaan ruang, waktu dan barang karakteristik yang membedakan masyarakat satu dengan masyarakat lainnya. Gaya hidup direpresentasikan dalam bentuk tanda-tanda yang berkembang sesuai zaman dikarenakan pertandingan antara berbagai kelompok yang ingin menunjukkan identitasnya atau eksistensinya dalam suatu kelompok masyarakat. Sebuah produk harus melahirkan *value creation*. Desain yang dihasilkan harus dengan dasar kekuatan inovasi, kreativitas dan desain menghasilkan produk yang memiliki harga jual optimal.

PEMBAHASAN

Hasil

Seperti halnya dunia fashion, desain interior pun selalu mengalami pergeseran tren setiap tahun. Pada umumnya tren akan muncul seiring dengan perkembangan kebudayaan yang terjadi di masyarakat. Kebudayaan yang berkembang di suatu daerah, terutama sistem pengetahuan, peralatan hidup dan teknologi yang berkembang di masyarakatnya, akan memicu tren yang muncul di wilayah tersebut.

Tema Singularity terkait perubahan zaman, yakni gambaran suatu keadaan yang mengindikasikan beragam pergeseran teknologi dan sikap-sikap yang menyertainya, dan gambaran masa depan yang

masih diraba. Dalam konsep Singularity, terdapat unsur pertanyaan, kekhawatiran, optimisme, serta harapan akan apa yang terjadi di masa depan.

Pembahasan

Berikut Prediksi Trend Forecasting 2019-2020 dalam Desain Interior

a. Exuberant:

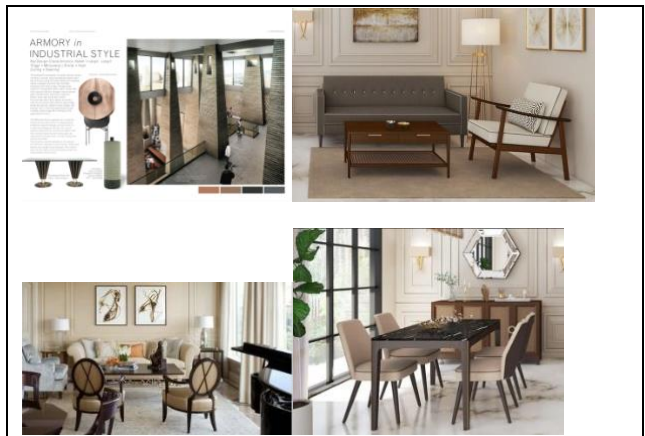
Pengulangan Garis Teratur dan rusak menghasilkan sebuah ketenangan yang indah dan menjadi sebuah napas baru dalam desain. Material transparan dengan pencahayaan tertentu memberikan efek futuristik yang lebih dramatis. Penerapannya bisa sebagai pembentuk *ambiance* itu sendiri atau terpisah-pisah hanya pada panel dinding, di lantai, atau langit-langit ruangan. Pengaplikasiannya pada furnitur; baik itu berupa meja counter, coffee table, *headboard* ranjang, maupun hiasan interior; dapat memberikan efek suasana yang sangat dramatis futuristik. Gaya urban masyarakat perkotaan yang dinamis, fleksibel, aktif, ramah, imut, dan kreatif melahirkan penerapan unsur karikatur pada suasana ruangan yang terkesan unik, dreamy, dan disertai warna-warna dengan tekstur bergaya pop dan ceria. Gaya tersebut muncul dari paduan unsur barat dan timur; kultural dan modernis yang dinamis. *Furniture* pun berkesan plastis dan dinamis. Komposisi ilustrasi karikatur ruangan dapat diaplikasikan pada karya seni di dinding, wallpaper, mural, pola karpet, dan unsur interior lainnya.



Gambar 1 Exuberant

b. Neo Medieval:

Tema Abad Pertengahan menjadi sebuah narasi romantis sejarah yang mengekspresikan hasil karya desain yang bernafas abad pertengahan, namun sangat futuristik dan berlatar belakang teknologi tinggi. Penggunaan material berupa lok batu alam, metal, dan kulit yang bertekstur dengan warna-warna alam memberikan atmosfer maskulin, kokoh, kuat, dan berkesan hirarki. Furniture dan detail-detail dalam arsitektur interiornya mencirikan bentuk yang tinggi, berat dan blocky, tetapi terasa elegan dan kolosal. Hal ini terlihat pada langit-langit ruangan yang tinggi dan dinding, serta pada detail furniture.



Gambar 2 Neo Medieval

c. Svarga:

Inspirasi dan teknik kriya dengan inovasi tinggi sangat fleksibel untuk diterapkan dalam desain interior masa kini, baik itu berupa panel pelapis dinding, *furniture*, *wallpaper*, ataupun aksesori. Dengan Warna-warna alam yang berkesan misterius yang dipadukan dengan material natural lainnya, seperti pada furnitur, maka semuanya dapat menciptakan suasana ruang yang berkesan natural, etnik yang kaya akan detail, serta bercita rasa tinggi.

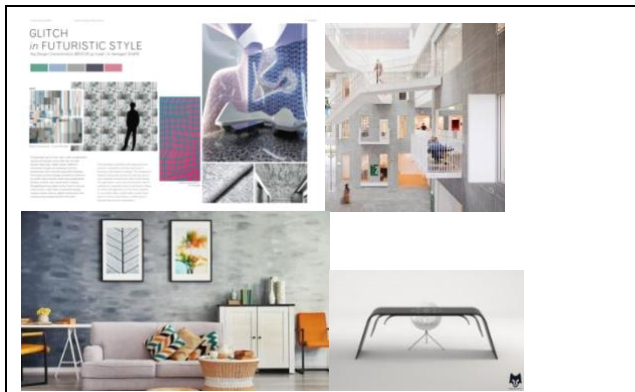




Gambar 3 Svarga

d. Cortex:

Dalam proses pengembangan desain, telah dibuktikan bahwa AI bukan hanya berfungsi sebagai alat pembantu desainer, melainkan juga bisa menjadi desainer itu sendiri. Pada mulanya hal tersebut terasa mengerikan. Akan tetapi, jika bertumpu pada sebuah artikel dalam situs FastCo Design mengenai pekerjaan desainer di masa depan yang belum ada sama sekali hari ini, yang diusulkan oleh beberapa pelaku bisnis desain panatas, AI juga bisa berarti sebuah harapan bagi dunia yang lebih baik. Tema ini menggambarkan AI sebagai neokorteks eksternal bagi umat manusia, yang berlaku sebagai alat untuk mengeksplorasi bentuk, material, dan medium dalam riset desain. Hasilnya seringkali tak terduga, membuka horizon baru mengenai visi, bentuk, dan material.



Gambar 4 Svarga

Pameran Industri Desain Interior Indonesia Dalam Trend Forecasting 2019-2020

Wujud dari trend forecasting itu dapat dilihat oleh publik di pameran Hospitality 2018. Ajang yang diselenggarakan di lahan seluas 8.000 meter persegi di JIExpo Kemayoran Tersebut, menaungi tiga pameran sekaligus, yakni Furniture & Craft Indonesia, Mozaik Indonesia, dan Hotel Sourcing Indonesia.

a. HOSPITALITY

Adalah pameran yang menghadirkan kolaborasi tanpa batas antara pelaku industri furnitur, kerajinan, desain interior dan peranti hotel yang berperan dalam industri hospitality resmi dibuka 24 Oktober 2018. Pameran yang diselenggarakan oleh Traya Events (PT Traya Eksibisi Internasional) berlangsung di Jakarta International Expo (JIExpo) Kemayoran – Jakarta Pusat, pada tanggal 24-27 Oktober 2018.

Dalam sebuah diskusi yang diselenggarakan di pameran Hospitality 2018, Tri Anugrah, *Creative Director* Indonesia Trend Forecasting (ITF), menjelaskan peramalan tren tersebut telah membantu perusahaan-perusahaan di industri desain dan kreatif untuk memaksimalkan target penjualan mereka sesuai dengan keinginan pasar. “Produk yang bagus tidak datang dalam sekejap mata. Dibutuhkan banyak usaha dan waktu untuk mewujudkannya, salah satunya dengan trend forecasting untuk memprediksi pasar terlebih dahulu,” tutur Tri.



Gambar 5 Hospitality 2018

b. CASA Indonesia 2019

Koleksi yang resmi diluncurkan pada Maret 2019 lalu ini tengah dipamerkan di helatan Satu Dekade Casa Indonesia 2019 di Casa Lounge The Ritz-Carlton Jakarta Pacific Place 2-5 Mei 2019.



Gambar 6 Casa Indonesia

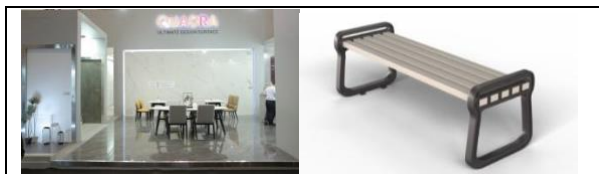


Gambar 7 Casa Indonesia



Gambar 8 Casa Indonesia

c. IndoBuildTech Jakarta 2019



Gambar 9 Indobuild Tech



Gambar 10 Indobuild Tech



Gambar 11 Indobuild Tech

d. Homedec



Gambar 12 Indobuild Tech



Gambar 13 Indobuild Tech

Prediksi Trend Desain Interior 2019-2020

Ketika Mengaplikasikan Konsep Tersebut dalam desain interior hunian, masyarakat tentu bebas memilih gaya dan pendekatan apa yang sesuai dengan suasana ruang yang diinginkan. "Dalam penerapannya, tetap ada nilai-nilai lokal yang tidak bisa dihilangkan begitu saja, terlebih lagi bangsa ini kaya akan ragam hias dan unsur-unsur etnik tradisional lain yang dapat memperkuat identitas pemilik hunian dan memperkaya suasana interiornya



Gambar 14 Trend Desain

Penggunaan Barang Atau Furnitur yang tidak diperlukan akan dikurangi. Sebaliknya, perabot dan barang-barang dengan desain yang multifungsi akan terus dinikmati. Banyaknya orang yang tinggal di perkotaan semakin menambah permintaan akan desain rumah dan furniture yang multifungsi. Selain Itu, ukuran rumah yang menjadi lebih kecil juga menjadi faktor pendorong, sehingga kebutuhan untuk menyesuaikan luas rumah dengan furnitur multifungsi menjadi semakin populer. Penggunaan Furnitur berukuran kecil dan multifungsi akan memberikan lebih banyak ruang bagi pemilik rumah.



Gambar 15 Trend Desain

Ruang yang nyaman akan menjadi prioritas. Mengutip The Washington Post, banyak orang yang kini menginginkan rumah dengan ruang yang nyaman. Salah satu unsur yang membuat ruangan lebih nyaman adalah furnitur. Di tahun 2019, desain furnitur diprediksi akan kembali ke zaman lampau, tepatnya pada dekade 60-an. Di zaman ini perabot didesain dengan tepi yang bulat, oval, dan lembut. Bahkan kursi dan sofa juga dirancang untuk memberikan kenyamanan ekstra dengan lengan yang besar.



Gambar 16 Trend Desain

Warna-warna seperti pastel pink, kuning, dan biru sering ditemukan di ruang keluarga dan kamar tidur. Namun Untuk Tahun 2019, Situs interior Houzz, memprediksi warna-warna ini akan sering digunakan di dapur. Dibanding interior yang mewah dan semarak, kini semakin banyak orang yang tampaknya lebih mencari kenyamanan emosional dari dekorasi rumah mereka. Untuk Itu Penggunaan warna-warna kalem yang menenangkan akan semakin diminati. Warna Seperti mint, krem, atau coklat akan menghiasi ruang-ruang di dalam rumah.



Gambar 17 Trend Desain

Perpaduan paling harmonis untuk tren dekorasi interior 2019 adalah tanaman dan aksesoris kayu, yang tidak hanya memberikan tampilan yang indah, namun sirkulasi udara pada rumah pun menjadi baik. Meletakkan tanaman di dalam atau diluar ruangan berhasil memberikan atmosfer yang asri yang menenangkan, dengan dipadukannya dengan material kayu yang menampilkan kehangatan. Gaya

lain yang menonjol pada tahun 2019 adalah nuansa merah dan kuning. Warna cerah ini akan terlihat kontras jika dipadukan dengan warna yang lebih tenang, seperti warna abu-abu dan hitam.



Gambar 18 Trend Desain

KESIMPULAN

Trend forecasting telah membantu perusahaan-perusahaan di industri desain dan kreatif untuk memaksimalkan target penjualan mereka sesuai dengan keinginan pasar. *Trend forecasting* atau prediksi tren, saat ini menjadi bagian penting dari setiap perkembangan industri desain arsitektur dan interior. Dengan mengetahuinya, para pelaku industri dapat memprediksi rancangan produk yang akan disukai oleh pasar, dan pada penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Seorang Desainer yang terkait industri desain interior harus menyadari pentingnya *trend* dan riset dalam desain interior
2. Desainer diharapkan sering melihat tempat-tempat pameran untuk melihat *trend* industri desain interior yang sedang berkembang.
2. Pelaku industri menyadari kemampuan untuk Menciptakan dan membentuk trend desain interior baru yang menarik, yang dapat mempengaruhi gaya desain interior
4. Metode *forecasting* dapat menjadi pelajaran dalam menciptakan *trend* dalam desain interior

SARAN

Penulis mengharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi masyarakat, akademisi, dan desainer interior. Penulis menyadari penelitian ini

masih jauh dari sempurna sehingga di masa depan penulis akan lebih terfokus dan rinci tentang penelitian yang berkaitan dengan desain interior dengan sumberdaya orang yang pasti dapat bertanggung jawab. Untuk kritik Atau saran untuk tulisan ini, para penulis akan melihat dan menerima dengan gembira untuk perbaikan dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Adlin, Alfathri. 2006. *Resistensi Gaya Hidup: Teori dan Realitas*. Yogyakarta: Jalasutra
- Baroto, Teguh. 2002. *Perencanaan dan Pengendalian Produksi*. Jakarta: Pustaka Tangga.
- Hopkins, John. 2012. *Fashion Design: The Complete Guide*. Singapore: AVA Book Production Pte. Ltd
- IFT. 2018. *Fashion Trend Forecasting 2019-20 'Singularity'*. Jakarta : BEKRAF
- Kim, E., Fiore, A.M., & Kim, H. 2013. *Fashion Trends: Analysis and Forecasting*. London: Bloomsbury Publishing Plc.
- Makridakis, S and S.C Wheelwright. 1989. *Forecasting Methods for Management*, John Wiley & Sons.
- Mendelsohn, Louis B. 2000. *Trend Forecasting with Technical Analysis: Unleashing the Hidden Power of Intermarket Analysis to Beat the Market*. USA: Marketplace Books
- Vincent Gaspersz, Dr, D.Sc., CFPIM, CIQA, 2004. *Production Planning and Inventory Control*. Jakarta: PT. Gramedia.